

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman yang sudah modern ini, listrik merupakan kebutuhan primer yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat. PT PLN (Persero) APJ Surakarta merupakan salah satu lembaga pemerintahan yang menaungi dalam bidang kelistrikan. PT PLN (Persero) APJ Surakarta memiliki tugas yaitu untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan jaringan bagi masyarakat. Humas suatu perusahaan memiliki peranan yang sangat penting untuk menjembatani atau sebagai penghubung antara perusahaan dengan pihak luar seperti: pelanggan, perusahaan lain, dan media massa.

Kegiatan komunikasi selalu dilakukan manusia di dalam aktivitasnya sehari-hari. Kegiatan komunikasi juga berlaku di dalam kegiatan organisasi, baik itu menyangkut komunikasi internal maupun komunikasi eksternal organisasi, dimana Humas (*Public Relations*) mempunyai peranan dalam kegiatan tersebut. Komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, secara internal lebih ditujukan kepada pembinaan manajemen organisasi bagi karyawan, sedangkan komunikasi yang dilakukan secara eksternal lebih ditujukan kepada pelayan tugas organisasi, pembinaan hubungan baik (*relationships*), ataupun pelaksanaan kegiatan yang membutuhkan keterlibatan masyarakat atau *public*.

Pelayanan menjadi kunci utama di dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam menjalankan tugasnya, maka karyawan PT PLN (Persero) APJ Surakarta tidak selalu mendapatkan hasil yang optimal atau berhasil menciptakan citra positif perusahaan tetapi yang terjadi justru sebaliknya, *lost image* (kehilangan citra karena merosotnya kepercayaan dari masyarakat). Jika sebuah lembaga atau organisasi sudah kehilangan kepercayaan dari masyarakat, maka akan sulit meraihnya kembali dan membutuhkan waktu lama untuk bisa berhasil kembali dalam memulihkan citra (*recovery image*). Oleh sebab itu, PT PLN (Persero) APJ Surakarta perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, seperti : manajemen, sumber daya manusia, media radio, dan masyarakat.

Dalam menjalankan aktivitasnya salah satu hal yang harus dijalankan oleh PT PLN (Persero) APJ Surakarta adalah mampu berperan untuk melakukan komunikasi dengan masyarakat ketika terjadi kasus-kasus. Kasus-kasus tersebut seperti: demo tentang kenaikan TDL di depan PT PLN (Persero) APJ Surakarta dan di Bundaran Gladag pada tanggal 26 Juni 2010, komplain pelanggan tentang tegangan listrik yang sering naik dan turun. Secara *de facto* maka gangguan tersebut dapat berupa pemadaman bergilir sedangkan secara *de jure* maka gangguan yang timbul adalah akibat terjadinya bencana alam. Sehingga dengan adanya gangguan tersebut, maka PT PLN (Persero) APJ Surakarta diharapkan dapat bijaksana mengatasi keluhan yang disampaikan oleh masyarakat demi terciptanya kepuasan pelanggan, karena salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan adalah pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) APJ Surakarta.

Humas di dalam suatu perusahaan itu mampu memberikan masukan kepada pihak manajemen dengan kegiatan-kegiatan Humas, baik secara internal maupun eksternal dalam memberikan pelayanan informasi. Kegiatan internal antara lain adalah dengan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang ada di perusahaan, sedangkan untuk kegiatan pelayanan eksternal adalah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, misalnya bila terjadi kerusakan listrik maka pelanggan dapat menanyakan kepada pihak PT PLN (Persero) APJ Surakarta, baik melalui telepon interaktif maupun melalui radio ketika Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta melakukan siaran secara langsung.

Pelayanan informasi kepada masyarakat dijalankan dengan komunikasi yang efektif yang sifatnya *informative* dan *persuasive*, yang ditunjukkan pada *public* atau masyarakat. Informasi yang diberikan harus bersifat jujur dan berdasarkan fakta atau kenyataan. Selain pemberian informasi, maka pelaksanaan komunikasi dua arah merupakan hal utama yang harus dilakukan oleh perusahaan, hal ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara pelanggan dengan perusahaan, sehingga bisa membangun citra yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Misalnya adalah dengan menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat di mana PT PLN (Persero) APJ Surakarta harus menunjukkan perhatian atas keluhan dari pelanggan.

Penggunaan media radio merupakan salah satu cara yang paling efektif dan efisien. Masyarakat di daerah-daerah biasanya menggunakan radio untuk mendapatkan informasi terbaru dari PT PLN (Persero) APJ Surakarta. Selain itu, Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta memberikan layanan telepon interaktif lewat media radio ketika Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta sedang siaran radio. Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta akan menjawab semua pertanyaan dari khalayak atau masyarakat. Selain itu, dengan media radio Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta bisa memberikan informasi rencana pemadaman yang dilakukan oleh PLN di beberapa daerah pada waktu tertentu yang disiarkan di beberapa radio, seperti Radio Meta Fm dan Radio RRI Surakarta.

Seorang *Public Relations* itu harus memahami kaitan antara opini dan citra. *Public Relations* melakukan tugasnya dengan memperhatikan masukan dari masyarakat dan memberikan respons-respons positif pada masyarakat. Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya suatu informasi. Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap juga akan menghasilkan citra yang tidak baik. Salah satu hambatan utama seorang *Public Relations* adalah bagaimana memberikan informasi yang lengkap kepada masyarakat. Seorang *Public Relations* itu memiliki tugas untuk menegakkan citra perusahaan yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan perusahaan.

Dengan citra yang baik, perusahaan bisa tetap hidup dan orang-orang didalamnya dapat terus mengembangkan kreatifitasnya dan bahkan dapat memberi manfaat yang lebih berarti bagi orang lain. Perhatian *Public Relations* terhadap penegakan citra berkaitan erat dengan persepsi, sikap, dan opini seseorang didalam kelompok *stakeholders*. Semua itu merupakan faktor utama dalam terbentuknya *opini public*, yaitu opini sekelompok orang dalam kelompok tertentu. *Public Relations* harus mengenal pola-pola terbentuknya opini, serta bagaimana menjalin relasi yang baik dengan khalayak atau masyarakat sekitarnya.

Dalam menjalin hubungan, Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta itu memiliki peran yang penting dan bisa memberikan pengaruh yang positif maupun negatif dengan *stakeholder*. Adapun dampak positifnya yaitu bisa memberikan penjelasan pada pelanggan dan masyarakat tentang permasalahan yang timbul. Memberikan solusi dan penyelesaian setiap masalah kelistrikan. Menyampaikan informasi terkini tentang masalah kelistrikan. Memberikan himbauan kepada pelanggan atau masyarakat tentang masalah : penghematan listrik, kenyamanan, serta keselamatan jiwa dan harta pelanggan.

Beberapa dampak negatifnya yaitu masyarakat sangat majemuk dan ada beberapa segmentasi atau pembagian pelanggan, antara lain: pelanggan umum, industri, sosial pemerintah, dan pelanggan bisnis. Sehingga masing-masing pembagian tersebut mempunyai persepsi atau pandangan yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu masalah yang muncul. Adanya

persepsi maupun pandangan negatif tentang pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) APJ Surakarta.

Salah satu informasi tentang PT PLN (Persero) APJ Surakarta dalam bidang kesehatan dalam pemberitaannya di media surat kabar yaitu PT PLN (Persero) APJ Surakarta adakan pengobatan gratis. “ Masih dalam rangka memperingati Hari Listrik Nasional (HLN) 2010, PT PLN (Persero) APJ Surakarta bekerjasama dengan DKK Kota Solo, Puskesmas Gambit Sari serta Posyandu RT 4 RW 21 Lemahbang, Kelurahan Kadipiro Kecamatan Banjarsari Surakarta mengadakan pengobatan gratis untuk masyarakat kurang mampu di wilayah tersebut. (JAWAPOS, 14 Desember 2010)

Dalam kesempatan itu, MUPJ Solo H Maryanto D S berharap, program ini dapat mempererat sekaligus mendekatkan antara PT PLN (Persero) APJ Surakarta dan masyarakat di wilayah Solo. Sementara Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta H Suharmanto mengatakan, program partisipasi dan pemberdayaan lingkungan merupakan kegiatan tahunan yang sudah lama berjalan. Ada juga perawatan jaringan yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) APJ Surakarta.” Pekerja merawat dan memperbaiki jaringan listrik di Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah (Kompas, 20 Februari 2010).

Maulana (2008:7) menyebutkan bahwa dalam strategi komunikasi Humas atau *Public Relations* perlu dipahami bahwa aktivitas penyelenggaraan penyampaian pesan melalui komunikasi dua arah timbal balik (*two way communications reciprocal*) antara perusahaan atau organisasi yang diwakilinya dengan *public* sasarannya dan bertujuan untuk

menciptakan saling pengertian, menghargai mempercayai serta toleran. Semua itu dilakukan untuk mendapatkan dukungan public dan memperoleh citra positif bagi lembaga bersangkutan. Sehingga, Humas dalam konteks komunikasi sebagai suatu metode dan teknik komunikasi dalam suatu perusahaan yang berperan sebagai penunjang manajemen dan aktivitas organisasi serta demi tercapainya tujuan bersama dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Adapun yang menjadi acuan penulis dalam membuat skripsi ini, berasal dari Ester (2003) dengan judul skripsi “ Peranan Humas dalam meningkatkan Pelayanan jasa pada Indomobil Multi *Finance* Indo Medan”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis peranan Humas yang paling dominan untuk meningkatkan pelayanan jasa pada Perusahaan. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mendorong keberhasilan Humas adalah peranan Humas publikasi dan layanan jasa. Kurangnya peranan Humas dalam kegiatan komunikasi *public* di PT Indomobil disebabkan karena kedudukan Humas hanyalah sebuah bagian dari Biro administrasi umum dan *account officer*, sehingga ruang gerak Humas sangatlah terbatas dalam melakukan komunikasi masyarakat.

Penelitian ini akan difokuskan pada peran Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan melalui media radio. Dimana, seorang Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan atau masyarakat. Di sini peran Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta sangat diperlukan untuk membentuk *image* yang baik bagi perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Untuk mempertajam masalah-masalah yang ada dalam latar belakang masalah dan sebagai tahap awal dari proses penelitian, maka didalam penelitian ini dirumuskan :

Bagaimana Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media radio?

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang penulis harapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini menjadi media bagi penulis untuk mendalami dan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan.

2. Bagi PT PLN (Persero) APJ Surakarta

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan ataupun gagasan pemikiran yang dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan.

3. Bagi akademis

Untuk menambah pengetahuan dan informasi yang selanjutnya dapat dipakai sebagai bahan acuan bagi mereka yang akan mengambil penelitian yang sama.

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan melihat perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Humas PT PLN (Persero) APJ Surakarta dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan melalui media radio.